

# セルフ・コントロールに影響を与える 先行要因の整理

金子 充

## 要 旨

近年、セルフ・コントロールの社会的な重要性が高まっている。こうした流れに呼応するように、学術においても、セルフ・コントロールの研究が多く行われている。制御資源、モチベーション、欲望がセルフ・コントロールに影響を与えることが過去の研究から明らかにされているが、近年はこれらの先行要因に影響を与える、さらなる先行要因が明らかにされている。このような研究が蓄積されるにつれて、要因が精緻化されているが、その結果として、包括的にその要因を理解することが難しくなっている。そこで本稿では、近年報告されたセルフ・コントロールに影響を与える要因を整理する。特に二重過程理論を背景理論としたセルフ・コントロールの研究が多く行われていることから、二重過程理論を背景理論とする研究で明らかにされた先行要因を対象とし、今後解明すべき課題について論じる。

## 1 はじめに

多くの先進国では、肥満が問題となっており、日本では、メタボリックシンドロームの検診・保健指導が行政によって促進され、また、長く肥満が問題とされてきた米国のニューヨーク市では、ソーダ制限令の導入が検討された。

なぜ、多くの人が肥満につながる食品（カロリー）の過剰摂取をしてしまうのであろうか。また、食事以外にも、衝動買いや喫煙、無駄遣い、勉強の先送りなど、効用が最大にならない非合理的な行動を、なぜ行ってしまうのであろうか。心理学では、このような非合理的な行動を行ってしまう原因を明らかにするために、セルフ・コントロールの概念を用いて、そのメカニズムを説明している (Baumeister 2002)。セルフ・コントロール（セルフ・レギュレーション、自己制御）<sup>(1)</sup> とは、規範的に望ましい目標を達成するために、行動を抑制し、変えることである (Muraven and Baumeister 2000)。例えば、1食の摂取カロリーを制限する、禁煙をする、面倒な人間ドックに行くといった行動がセルフ・コントロールにあたる。

<sup>(1)</sup> セルフ・コントロールとセルフ・レギュレーションを別の概念として扱う研究もあるが、多くの研究と同様に、本稿では同義として扱う。

このような合理的、規範的な意思決定は、さまざまな要因によって妨げられることが、多くの研究によって明らかにされている。とりわけ、Baumeister (1998) の先駆的な二重課題法 (dual-task paradigm) による研究以来、多くの実証研究が行われ、その要因が明らかにされてきた。また、研究が蓄積されてきたことから、Hagger et al. (2010) は、1998 年から 2009 年 4 月までに発表された 83 編、198 個の実験を対象として、大規模なメタ分析を行っている。

しかし、同研究でも言及されていないさまざまな要因が、消費者行動の研究を中心に、近年報告されている。また、同研究で統計的に有意な効果が得られなかった要因についても、その後に研究の精緻化が進んでいる。ただし、その結果として、包括的にそれらの要因を理解することが難しくなっている。本稿では、2005 年以降に報告されたセルフ・コントロールに影響を与える要因を整理するとともに、今後解明すべき研究課題について論じる。

## 2 既存研究の体系と本稿での枠組み

セルフ・コントロールは、さまざま理論によって説明されるが、二重過程理論はそのうちの 1 つである。二重過程理論による説明では、セルフ・コントロールの問題に直面した時、2 つの思考が働いていとなると考える (晝間 2011, 千葉・都築 2012) (図表 1)。思考の 1 つは、システム 1 と呼ばれる連想的、情動的で無意識に行う情報処理様式で、もう 1 つの思考は、システム 2 と呼ばれる冷静で、規則的、意識的に行う情報処理である (Stanovich 1999)。そして、システム 2 が機能せず、システム 2 が採用するルールや方略が、直感的な衝動から生じる非規範的な反応を抑えられない時に、セルフ・コントロールに失敗する (Stanovich 2011)。

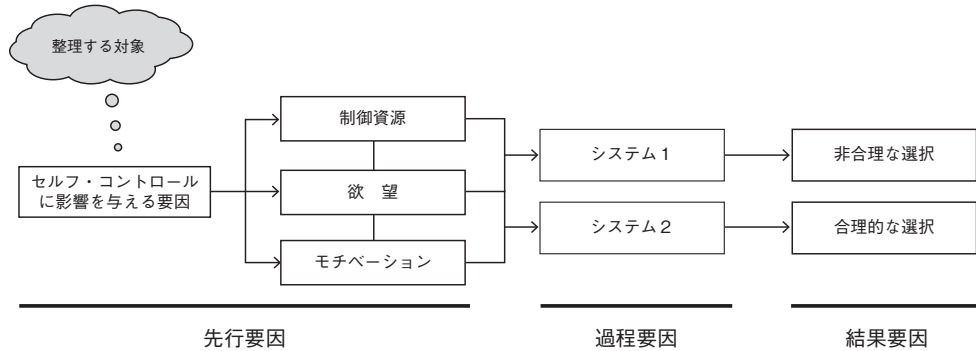
このような二重過程理論を背景理論とする研究がセルフ・コントロール研究では代表的であり、多くの研究結果が蓄積されている。この点を踏まえ、本稿では、セルフ・コントロールに影響を与える要因の中でも、二重過程理論を背景理論とする研究で取り上げられた要因を、本稿のレビュー対象とする。

二重課題法による初期の先行研究で明らかにされたセルフ・コントロールに影響を与える主な要因は、制御資源 (認知資源)<sup>(2)</sup> とモチベーション、欲望である。制御資源とは、行動を修正、変更し、自己を統制しようとする全ての状況において使われる資源のことであり (Vohs et al. 2003)、使いすぎると合理的な意思決定ができなくなることから、「筋肉」にも例えられる (Muraven and Baumeister 2000)。初期の先行研究では、セルフ・コントロール課題を行うことで、制御資源が枯渇し、その後の課題の結果が悪化することが明らかにされて

<sup>(2)</sup> 制御資源と認知資源はほぼ同じの意味で使われる。本稿では先行研究に記載されているもので表記している。

おり、実験では Stroop テスト<sup>(3)</sup>や文章内の“e”の消去課題、自由回答時の思考の抑制などのセルフ・コントロール課題によって、制御資源を操作している (Schmeichel et al. 2003)。

図表 1 セルフ・コントロール研究の全体像



筆者作成。

一方、モチベーションとは、行動をするための一種の動因や意思のことであり、制御資源を代替する要因として有効になる (Baumeister and Vohs 2007)。したがって、制御資源が消耗している状態でも、モチベーションが高ければ、効果的にセルフ・コントロールができる可能性が高まる。先行研究で行われた実験では課題の関与度 (involvement) や関連性 (relevance) を操作することで、モチベーションを操作していることが多い。

そして、制御資源、モチベーションの大きさと欲望の大きさとでセルフ・コントロールができるかが決まる。すなわち、衝動的に生じる欲望が制御資源、モチベーションによって抑えることができないと、その衝動に負けてしまい、セルフ・コントロールが出来なくなってしまうのである。

研究が進むにつれて、制御資源とモチベーション、欲望に影響を与えるさまざまな先行要因が明らかになっているが (図表 1 左端)、その結果として、それらの要因を包括的に理解することが難しくなっている。

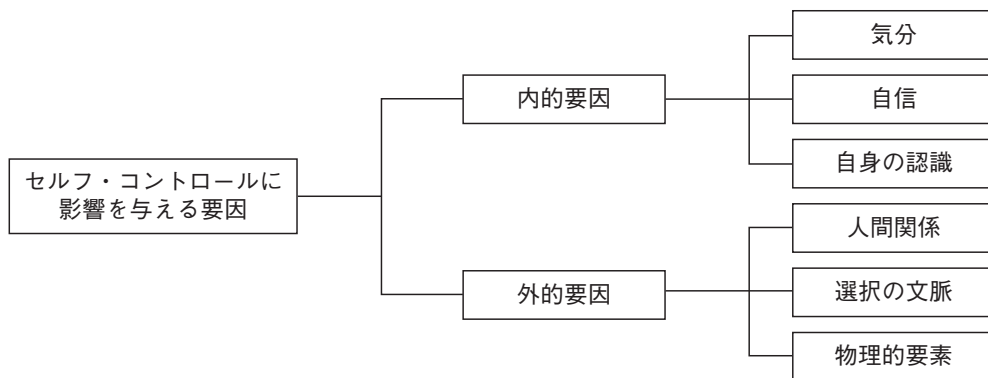
本稿では、近年明らかにされた要因を「内的要因」と「外的要因」に分けて整理をした (図表 2)。内的要因とは、意思決定主体の心理的な状態に起因する要因であり、気分、自信、

<sup>(3)</sup> Stroop テストとは、文字が意味する色と文字が書かれているインクの色が一致しない文字を被験者に呈示し、書かれた文字のインクの色を呼称させるテストのこと。文章内にある“e”の消去課題とは、英語の文章内に書かれているアルファベットの“e”をペンで消していく課題のことである。自由回答時の思考の抑制の課題は、過去の思い出などを自由に回答してもらう際に、「白熊を思い出さないように」という指示をすることで思考を抑制する課題である。いずれの課題においても、規則や制約条件を厳しくすることで、制御資源が消費される。

自身の認識が含まれる。一方の外的要因は、意思決定主体を取り巻く環境要因のことであり、人間関係、選択の文脈、物理的要素が含まれる。

なお、これまでに行われた研究では、1つの要因を単独で扱った研究は少ない。むしろ、過去の研究を基に複数の要因の交互作用を明らかにした研究が多く見られる。したがって、これらの要因を明確に分類することは難しい。そこで本稿では、分類の基準として、研究において新しく提示した概念や操作方法、研究の精緻化の中で主論点とされた概念をその基準として分類をした。

図表2 セルフ・コントロールに影響を与える要因の分類



筆者作成。

### 3 内的要因の影響に関する研究

本節では、意思決定主体の内的要因が、どのようにセルフ・コントロールに影響するのかをレビューをする。特にこれまで多く研究が行われている「気分」、「自信」、「自身の認識」に分けて整理をする。

#### 3.1 気分に着目した研究

気分が人の行動に影響を及ぼすことは多くの研究によって指摘されているが、結果についてのコンセンサスは得られていない。Hagger et al. (2010) によるメタ分析では、ポジティブな気分がセルフ・コントロールに影響を与えていることが、統計的有意には確認されなかった。

この点については、様々な理由があると考えられるが、気分の効果を媒介する要因があることが一因であると考えられる。Fishbach and Labroo (2007) は、セルフ・コントロールのプロセスの一つである目標の認識（活性化）と気分の影響について実験を行い、ポジティブな気分の人は、ネガティブな気分の人よりも、自己向上の目標を受け入れ、その結果、セル

フ・コントロールができるようになることを明らかにした。同研究によれば、ポジティブな気分の人は、ポジティブな気分を持続させようとする。そして、自己向上を実現すると、ポジティブな気分になるので、ポジティブな気分の人は、自己向上の目標を達成するためにセルフ・コントロールをしようとする。

また、Fedorikhin and Patrick (2010) は、ポジティブな気分と覚醒の影響について明らかにしている。同研究によれば、ポジティブな気分の時には、カロリーの高い快楽的製品（お菓子など）を選択する確率が低くなるが、覚醒の程度が高い場合には、その効果は減少してしまう。ポジティブな気分の人は、ポジティブな気分を持続できるように魅惑を回避しようとするため、セルフ・コントロールができるようになる。ただし、覚醒が高くなると、制御資源を消耗している状態になり、快楽的製品の副次的属性の情報処理をしてしまうため、セルフ・コントロールができなくなると、同研究は説明している。

気分の直接効果を明らかにした研究がある一方で、交互作用を明らかにした研究も報告されている。Tice et al. (2007) は、ポジティブな気分が制御資源の消耗の効果を打ち消すが、制御資源を消耗していない時には、その効果が見られないことを明らかにした。また、同研究では、ポジティブな気分以外にも、悲しい時と普通の時についても調査を行ったが、それらには有意な差が確認されなかった。

一方、ネガティブな感情とセルフ・コントロール課題の関係を明らかにした研究は少なく(Hagger et al. 2010)、Hagger et al. (2010) によるメタ分析によるレビュー以降においても、論文として発表された研究は確認されなかった。これはネガティブな感情（特に怒りなど）を被験者に抱かせることが、研究倫理上難しいということ、また研究者の関心がネガティブな心理に向きにくいことが、その一因にあるのではないかと考えられる。

### 3.2 自信に着目した研究

自信や自尊感情といった自身を認めるということがセルフ・コントロールに影響を与えることが明らかにされている。Schmeichel and Vohs (2009) は、先行研究と同様に、制御資源を消費すると、セルフ・コントロールに失敗しやすくなるが、自己肯定感が高まることによって、制御資源の消耗に対抗して、セルフ・コントロールができるようになることを明らかにした。一方、制御資源を消費していない場合、自己肯定感の影響がないことも明らかにしている。

また、自信や自尊感情とパッケージの影響についての研究も行われている。Argo and White (2012)<sup>(4)</sup> は、do Vale et al. (2008) のパッケージとセルフ・コントロールに関する研究を精緻化し、容姿に関する自尊感情が低く、かつ、お菓子のパッケージのサイズが小さい時

<sup>(4)</sup> パッケージを用いた研究であり、物理的要素に分類することも可能であるが、研究の主な論点が自尊感情であったことから、自信に分類した。

に、量が表示されていること、または、カロリーがパッケージ前面に表示されていること、または、認知負荷がないことで、トータルでより多くのお菓子を食べてしまうことを明らかにした。同研究は、このような皮肉な結果になってしまうのは、消費者の自尊感情が大きな原因となっていると指摘している。自尊感情が低い人は、食料の摂取をコントロールすることを気にかけているが、その能力に自信がない。そのために、小さいパッケージが、統制の役割を果たすと消費者は推論するため、小さいパッケージによって、1回に食べるお菓子の量を減らす。しかし、それに安心してしまうために、かえってトータルの消費量は増えてしまう。ただし、セルフ・コントロールを自己から外部に移すことは、認知労力の要るプロセスであり、認知資源がない時には、コントロールの移動は起こらず、小さいパッケージに反応して消費量が増えることはなくなる。

自信や自尊感情を持っている（持っていない）ことがプラス（マイナス）の影響を与えることを明らかにした研究が報告されている一方で、マイナスの影響を与えることを明らかにした研究も報告されている。Wilcox et al. (2011) は、プライドがセルフ・コントロールを妨げることがあることを明らかにした。同研究によれば、一時的にプライドが高くなり、かつ、認知資源が多い時、または、セルフ・コントロール課題に関連した目標が顕出していない時、または、自己認識の程度が高い時に、自分を甘やかすような選択をするようになる。これは、プライドが高くなったことの原因を達成感に誤って帰属してしまい、セルフ・コントロールをするモチベーションを奪うためであると、同研究は説明している。ただし、上記3つの条件のいずれかが変わることによって、誤った原因帰属がされなくなるため、セルフ・コントロールができるようになる。

### 3.3 自身の認識に着目した研究

自身についてどのように認識しているのか、そのマインド・セットがセルフ・コントロールに直接影響したり、制御資源やモチベーションとの交互作用によって、セルフ・コントロールに間接的に影響を与えることを検証した研究も行われている。

Patrick and Hagtvedt (2012) は、セルフ・コントロール課題に対して、「できない (I can't)」と認識するよりも、「しない (I don't)」と認識した方が、セルフ・コントロールができるようになることを明らかにした。特に、内的動機付けによって目標ができた時、「しない」とフレーミングされることによって、セルフ・コントロールの方略の知覚効果が高くなる。その結果、心理的エンパワメント（ゴールの達成を動機付けるのに役立つ精神力やコントロールの感覚）が向上し、セルフ・コントロール能力が高くなる。その一方で、外的動機付けによって目標ができた時、「できない」とフレーミングされることによって、心理的エンパワメントも向上し、セルフ・コントロール能力が高くなる。

制御資源への注目がセルフ・コントロールに与える影響についても明らかにされている。



Job et al. (2010) は、先行研究と同様に、制御資源が減少するとセルフ・コントロール課題の結果が悪くなるが、制御資源に限りがないと認識することで、セルフ・コントロール課題の結果が向上することを明らかにした。

また、意思決定の統制感についての研究も行われている。Moller et al. (2006) によれば、セルフ・コントロール課題を行っていても、自律統制と感じている時は制御資源を消耗しないが、他律統制と感じている時は、制御資源を消耗する。ここでの自律統制とは、各々の統合された真の自己によって主導され、持続された統制のことであり、他律統制とは、自己に統合されていない統制のことであり、プレッシャーを感じ、強制的に行動をさせられる統制のことである (Moller et al. 2006)。

## 4 外的要因の影響に関する研究

本節では、意思決定主体を取り巻く外部要因が、セルフ・コントロールにどのように影響するのかを整理する。内的要因は、意思決定主体の主に心理的状态に焦点を当てたものであり、操作 (manipulation) については、焦点が当てられなかった。その一方、外的要因に分類される研究は、その時の心理状態を先行要因としているが、心理状態を規定する操作に焦点を当てている。本節では特に、人間関係、選択の文脈、物理的要素の視点からその要因を整理する。

### 4.1 人間関係に着目した研究

対人関係、社会コミュニティといった、社会生活における人間関係の要因が、セルフ・コントロールに影響を与えることが明らかにされている。

Baumeister et al. (2005) によれば、被験者が将来社会から排除されるかもしれないと伝えられると、その後のセルフ・コントロール課題の結果が悪くなる。同研究によれば、将来社会から排除されると認識すると、セルフ・コントロールの必要性がなくなるため、自身が現在置かれている状況について自覚しようとしなくなり、セルフ・コントロールのモチベーションが下がる。ただし、自身が置かれている状況を半強制的に自覚させるよう鏡を置くと、その効果は弱くなる。また、動機付けをすれば、セルフ・コントロールをするようになるわけであり、モチベーションを与えるために金銭を与えることでこの効果が弱まる。

同様の視点では、DeWall et al. (2008) も社会からの排除についての研究を行っている。DeWall et al. (2008) は、将来孤独になる可能性が高い性格であると言われた被験者は、ソーシャルスキルの診断のためと伝えられたセルフ・コントロール課題の成績が、良くなることを明らかにした。同研究によれば、課題がソーシャルスキルの診断のためであると知っていて、かつ、課題の成績が良ければ、自身が他者と良い関係が築ける性格であると思えるよう

になるので、課題へのモチベーションが高まる。ただし、ソーシャルスキルの診断のためと伝えなくても、金銭的なインセンティブを与えたり、将来他者と良い関係が築ける可能性があることを認識させることで、セルフ・コントロール課題の結果が良くなることが明らかにされている。

社会からの受容、排除という視点から、より消費者行動寄りの文脈でセルフ・コントロールを研究したのが、Wilcox and Stephen (2013) である。同研究によれば、Facebook で強い紐帯の友人からポジティブなフィードバックをもらうと、セルフ・コントロール能力が低下する。これはポジティブなフィードバックによって、自尊感情を向上させ、モチベーションを奪うためであり、また強い紐帯の友人からのフィードバックの方がその影響力が強いためであると、同研究は説明している。また、紐帯の強い友人が多い被験者の方が、BMI<sup>⑤</sup> が高く、ばか食いをする傾向があるということも明らかにされている。

また、社会生活における印象管理がセルフ・コントロールに与える影響についても研究が行われている。Fennis et al. (2009) は、フット・イン・ザ・ドアのテクニックで依頼をされると、制御資源を消耗してしまうことを明らかにした。同研究によれば、フット・イン・ザ・ドアで依頼され、一度受け入れてしまった依頼を断ることで、自身のイメージが悪化するのではないかと考えるようになる。その結果、イメージを保とうと印象管理をするため、制御資源を消耗してしまう。また、Vohs et al. (2005) は、本来伝えたいものではない自己概念を伝えることは、非常に労力を使うため、制御資源を減少させ、セルフ・コントロール課題の結果が悪くなることを明らかにした。同研究によれば、人間は本来、親しい人には謙虚さ、見知らぬ人には前向きな面を呈示しようとする。しかし、これが反対になる（親しい人に前向きな面、見知らぬ人に謙虚さを示す）とセルフ・コントロール課題の結果が悪化する。また、男性は本来自身の能力（コンピタンス）を示したくなるが、女性は人と付き合う能力を示したくなる。しかし、これが反対になると制御資源を消耗し、セルフ・コントロール課題の結果が悪くなる。自己概念の伝達という視点では、Khan and Dhar (2006) の研究もある。同研究によれば、利他的な自己概念を表現した人は、その後の選択課題において、カロリーの高い贅沢な食品（お菓子など）を選択する。これは利他的な自己概念を表現するということは、大きな労力を費やすことになり、贅沢な食品を買う理由を正当化することで、セルフ・コントロールのモチベーションが下がってしまうためであると、同研究は説明している。ただし、利他的な自己概念の表現が内的な動機付けで行われた場合には、贅沢な食品を選択するが、外的な動機付けの場合には選択をしない。また、利他的な表現をした人の方が、自分のこと（自己概念）をポジティブに評価しており、ポジティブな自己概念の評価が、この効果を媒介していることが明らかにされている。

<sup>⑤</sup> Body Mass Index の略であり、肥満であるかを判定する尺度。体重 (kg) / 身長 (m) × 身長 (m) で求められ、日本肥満学会の基準では、25 以上が肥満となる。



また、他者のモニタリングやアドバイスが自己概念の効果を媒介して、制御資源に影響を与えることも明らかにされている。Usta and Häubl (2011) によれば、医者やフィナンシャル・アドバイザーなどの代理人に意思決定を委任することによって、制御資源は消耗され、セルフ・コントロールできなくなるという。同研究によれば、人間は自分のことを自由に選択のできる意思決定主体であると見なし、その自己概念を維持しようとする。そして、自己概念と自己概念に一致しない行動は、心理的不快感をもたらすが、その不快感を減少させるために行動を変えると、制御資源を消耗する。それゆえに、代理人の意思決定によって自己概念が傷つけられそうになると、制御資源を消耗し、セルフ・コントロールができなくなる。しかし、自由な意思決定者として自己を肯定することで、代理人への委任の効果は減少する。これは、セルフ・コントロールのための資源が消耗している時に、自己肯定感がセルフ・コントロール能力を高めるためである。

一方、他者のモニタリングやアドバイスがモチベーションに影響を与えることも指摘されている。Fishbach and Trope (2005) は、実験者の監視や他者の期待などの社会的規範のプライミングが、モチベーションを下げ、長期的な利益をもたらす選択肢の評価を低くすることを明らかにした。外部からのコントロールがあると、自身による能動的なセルフ・コントロールをする必要がなくなり、セルフ・コントロール課題の選択肢の評価は短期的なコストを反映する。その結果、外部からのコントロールによるプライミングがされると、(長期的には望ましいが) 短期のコストのある選択肢はネガティブに評価され、その選択肢の評価を下げてしまうと、同研究は説明している。

また、他者の邪魔についても影響が明らかにされている。Freeman and Muraven (2010) は、最初のセルフ・コントロール課題を行っている時、開始してすぐにだれかに邪魔をされるよりも、終了に近い段階でだれかに邪魔をされた時の方が、後のセルフ・コントロール課題の結果が悪くなることを明らかにした。これは課題を終えるという目標達成に近づくにつれ、達成の衝動が大きくなり、衝動を覆すことにより多くの制御資源を消費するためであると、同研究は説明している。ただし、2 番目の課題が、セルフ・コントロールを必要とするだけの複雑さがなければならず、また、最初の課題の難易度に関係なくこの効果は確認されることが明らかにされた。

## 4.2 選択の文脈に着目した研究

選択の文脈がセルフ・コントロールに影響を与えていることが明らかになっている。言い換えれば、選択を続けて行った時に、最後の選択（セルフ・コントロール）がそれまでの選択に影響されることが明らかにされている。

Vohs et al. (2008) は、単純な選択が制御資源に影響を与えることを明らかにしている。同研究によれば、被験者が選択をするだけでも、制御資源が減少し、セルフ・コントロール

ができなくなる。特に同研究の Study 6 では、熟慮して選択をした被験者は、熟慮するだけ（選択はしない）の被験者、予め誰かが決めた選択肢を選択した被験者<sup>⑥</sup>よりも、後のセルフ・コントロール課題の結果が悪くなることを明らかにしている。

その一方で、直前の選択がモチベーションに影響を与えることも報告されている。Mukhopadhyaya and Joharb (2009) は、直前の購買で衝動買いを抑制し、後の購買の前にそのことを思い出すと、贅沢な食品を選択するようになることを明らかにした。これは最初に衝動買いを抑制することで、その後の購買で贅沢な食品の消費を行う理由が正当化され、セルフ・コントロールのモチベーションが下がるためであると、同研究は説明している。

また、Dholakia et al. (2005) は、続けて購買をする時に、前の購買で衝動買いをすると、次の購買では衝動買いをしなくなることを明らかにした。同研究によれば、前の購買で欲望が満たされることにより、欲望を満たすモチベーションがなくなってしまうため、衝動買いをしなくなる。この効果は衝動買い以外にも突然の寄付の依頼などでもその効果が確認され、同研究ではこの現象を逐次軽減効果 (SME: Sequential Mitigation Effect) と名付けている。ただし、欲求行動志向 (Higgins 1997) が強い時、欲望を満たすモチベーションが小さくなりにくいいため、逐次軽減効果の影響が弱くなる。また、欲望との関連について、Redden and Haws (2013) は、選択肢と選択主体の特性に着目している。同研究によれば、セルフ・コントロール性向の高い被験者は、健康的な食品よりも不健康な食品に満足しやすい（飽きやすい）。その一方で、セルフ・コントロール性向の低い被験者には、健康的な食品と不健康な食品の飽きやすさに差はない。同研究では、セルフ・コントロール性向の高い人の方が、欲望が小さくなる速度が速いためであると説明している。ただし、セルフ・コントロール性向が低くても、食べた量に注意をさせることで、その効果は減少する。

#### 4.3 物理的要素に着目した研究

セルフ・コントロール研究の中心である衝動買いの研究においては、購買時に使用する金銭の特徴や呈示された選択の対象といった、消費者が接する観察可能な物理的要素が、衝動買いや購買金額に影響を与えることを探った研究が行われている。

Raghubir and Srivastava (2009) は、購買時に使用するお札の単位が大きい時の方が、使う金額が少なくなることを明らかにした。同研究によれば、大きな単位のお札は、“大金”の財布に入り、小さい単位のお札は、“小口現金”や“小銭”の財布に入る。そして、大きな単位のお札では、支出のコントロールの程度が強くなるため、小さな単位に比べ、あまり支出されなくなる。これはカテゴリー別の心理的財布があるように、単位による心理的財布

<sup>⑥</sup> この条件の被験者は、選択するものが渡された紙に書かれているものを見て、パソコンのボタンを押して、その選択肢を選択するように指示されている。これはボタンを押さないという運動量の差によって、制御資源に差が出る可能性を排除していると考えられる。

が存在することを意味する。ただし、支出をすることを先に決定してしまうと、大きな単位の金額の方が、支出額が大きくなる。これは、支出の決定により、お札の単位によるプレコミットメント<sup>⑦</sup>の規則が破られ、その結果、“どうにでもなれ効果”<sup>⑧</sup>が生じ、衝動を抑えるモチベーションがなくなってしまうためである。

また、お札の見た目の影響も検証されている。Di Muro and Noseworthy (2013) は、すり減ったお札の方が、支出が増える傾向にあることを明らかにした。同研究によれば、消費者は、汚れているお札の方が、価値が低いと感じるため、お札自体を早く処分したいと思うようになり、支出が多くなる（当然、汚れ具合にかかわらず、現金の価値は同じである）。また、汚れと単位の大きさの効果（Raghubir and Srivastava 2009）を比較すると、汚れの方が、効果が大きいことも明らかにした。このような効果が生じる理由は、きれいなお札の知覚所有価値<sup>⑨</sup>と自尊感情から説明される。きれいなお札の方が、知覚所有価値が高くなり、お札自体を所有しようとするため、支出が少なくなると同研究は説明している。また、きれいなお札がなくなると、自尊感情までなくなる感覚になるので、支出を控える。ただし、人前では、自尊感情を顕示するために、反対に支出が多くなるということも明らかにしている。

また、現金以外にもカードの影響について研究が行われている。Thomas et al. (2011) は、クレジットカード（デビット・カード）で購買することによって、不健康製品の購買の点数、金額が大きくなることを明らかにした。これは、現金による購買の時、支払いの（知覚される）痛みを感じ、不健康な製品を買いいたいという欲望が減少するが、クレジットカードによる購買の場合、支払いの（知覚される）痛みを感じないため、その欲望が減少しないと、同研究は説明している。ただし、クレジットカード（デビット・カード）で支払いをしても、価格に注目させることで、支払いの痛みは減少する。一方、健康的（徳（virtue））の製品の場合には、製品についてよく考えるので、支払いの痛みの効果は見られないことも明らかにされた。

呈示される選択肢の影響についても明らかにされている。Wang et al. (2010) は、選択課題における選択肢の属性のトレード・オフが大きい時には、制御資源を消耗して、後の選択課題において、悪（vice）の製品を選択する確率が高くなることを明らかにした。同研究によれば、属性に大きなトレード・オフがあり、妥協効果が生じるような選択肢の一覧から選択をしようすると、葛藤が生まれ、その葛藤を解消する時に制御資源を消耗してしまう。その結果、後の選択課題においてセルフ・コントロールができなくなる。

また、パッケージの影響についても検証されている。do Vale et al. (2008) は、セルフ・

<sup>⑦</sup> セルフ・コントロールをするために自ら課した制限や基準、インセンティブのこと。

<sup>⑧</sup> いったんプレコミットメントの規則が破られると、短期的な衝動が強くなる効果のこと。

<sup>⑨</sup> 所有するお金を使う喜びや、他者からの印象が良くなると感じる、社会から受容されるなどの価値のこと。

コントロールの心配をしていない人に比べ、セルフ・コントロールの心配をしている人は、大きなパッケージからとったお菓子の消費量が少なくなることを明らかにした。これは、セルフ・コントロールの心配をしている人の方が、お菓子のような快楽的製品を購入する際に、小さいパッケージが外部のコントロールの役割を果たすと信じており、セルフ・コントロールにおける葛藤が生じないためであり、その一方で、大きいパッケージの場合、セルフ・コントロールにおける葛藤が生じるため、消費をしようとしなくなると同研究は説明している。

## 5 おわりに

### 5.1 レビューのまとめ

近年、セルフ・コントロールは社会的、学術的に大きな注目をされており、多くの研究が行われている。そして、研究の量が増えるに従って、セルフ・コントロールに影響を与えるさまざまな要因が明らかにされている。ただし、その結果として、明らかにされたさまざまな概念を包括的に理解することが難しくなっている。そこで本稿では、セルフ・コントロールに影響を与える要因を整理した（図表3）。

セルフ・コントロールに影響を与える要因は、大きく「内的要因」と「外的要因」の観点から整理される。1つ目の内的要因は、意思決定主体の心理的状況と注意の向け方に焦点を当てた研究であり、気分、自信、自己の認識について整理をした。2つ目の外的要因は、意思決定主体を取り巻く環境に焦点を当てた研究であり、人間関係と選択の文脈、物理的要素について整理をした。

近年の研究を振り返ると、複数の概念を取り上げた研究が多いことが分かる。本稿では、主な論点となる概念を軸に要因を分類したが、ほぼ全ての研究が複数の概念を研究対象としており、3つ以上の概念を同時に分析することも珍しくない。複数の概念を同時に分析することで理論の精緻化を試みているが、このことが包括的に理解することを難しくしている一因になっている。

図表3 主な既存研究の概要

| 概念    | 著者（発表年）                        | 関連要因 |         |    | 他の研究視点<br>関連概念など <sup>(10)</sup> |
|-------|--------------------------------|------|---------|----|----------------------------------|
|       |                                | 制御資源 | モチベーション | 欲望 |                                  |
| 内的要因  |                                |      |         |    |                                  |
| 気分    | Fedorikhin and Patrick（2010）   | ○    | ○       |    | 覚醒                               |
|       | Fishbach and Labroo（2007）      |      | ○       |    | 目標の認識                            |
|       | Tice et al.（2007）              | ○    |         |    | 感情のタイプ                           |
| 自信    | Argo and White（2012）           | ○    | ○       |    | パッケージ                            |
|       | Schmeichel and Vohs（2009）      | ○    |         |    | 解釈レベル                            |
|       | Wilcox et al.（2011）            | ○    | ○       |    | 目標の認識／自己認識                       |
| 自身の認識 | Job et al.（2010）               | ○    |         |    | 知覚疲労感                            |
|       | Moller et al.（2006）            | ○    |         |    | 自己決定感                            |
|       | Patrick and Hagtvedt（2012）     |      | ○       |    | モチベーションの源泉                       |
| 外的要因  |                                |      |         |    |                                  |
| 人間関係  | Baumeister et al.（2005）        |      | ○       |    | 自己認識                             |
|       | DeWall et al.（2008）            |      | ○       |    | 自己認識                             |
|       | Fennis et al.（2009）            | ○    |         |    | フット・イン・ザ・ドア技法                    |
|       | Freeman and Muraven（2010）      |      | ○       |    | プロスペクト理論                         |
|       | Fishbach and Trope（2005）       |      | ○       |    | 社会的規範                            |
|       | Khan and Dhar（2006）            |      | ○       |    | 自己概念                             |
|       | Usta and Häubl（2011）           | ○    |         |    | 自己概念／自己統制感                       |
|       | Vohs et al.（2005）              | ○    |         |    | 自己概念                             |
|       | Wilcox and Stephen（2013）       |      | ○       |    | SNS／自尊感情／紐帯                      |
| 選択の文脈 | Dholakia et al.（2005）          |      |         | ○  | 制御焦点理論                           |
|       | Mukhopadhyaya and Joharb（2009） |      | ○       |    | 自尊感情                             |
|       | Redden and Haws（2013）          |      |         | ○  | セルフ・コントロール性向                     |
|       | Vohs et al.（2008）              | ○    |         |    | 選択肢数                             |
| 物理的要素 | Di Muro and Noseworthy（2013）   |      | ○       |    | 知覚所有価値／自尊感情                      |
|       | do Vale et al.（2008）           |      | ○       |    | 心配                               |
|       | Raghubir and Srivastava（2009）  |      | ○       |    | 心理的財布                            |
|       | Thomas et al.（2011）            |      |         | ○  | 支払いの痛み                           |
|       | Wang et al.（2010）              | ○    |         |    | 妥協効果                             |

筆者作成。

<sup>(10)</sup> 本文では説明を割愛した概念も記載している。

また、外的要因を取り上げたものが多いことがわかる。とりわけ、人間関係をはじめとする現実問題に即した研究が行われ、Facebook といった新しいコミュニケーション環境における消費者行動の研究も報告されている。また、支払い手段の研究においては実際に金銭を被験者に渡し、実際の店舗での購買をさせるなどして、現実の状況に近い調査を試みている。これらの研究は、内的要因の研究をベースにしたものが多く、内的要因の研究から発展したものと考えられる。社会的な需要もあることから、今後もこのような研究が進んでいくだろう。

## 5.2 理論的研究課題

本稿におけるレビューを踏まえ、セルフ・コントロールに影響を与える要因を探る研究において、今後取り組まれるべき理論的研究課題について論じたい。

1つ目に、媒介効果をより精緻に検証することの必要性である。本稿でレビューをした論文の多くが、特定の要因の媒介効果についても明らかにしている。多くの研究では媒介要因を統計的に検証する方法として、Baron and Kenny (1986) が提唱した方法を用いているが、その効果の検証方法について、Zhao et al. (2010)、Rucker et al. (2011) などが批判をしている。例えば、Zhao et al. (2010) は、媒介効果の分析が Baron and Kenny (1986) の方法による基準を満たさない場合でも、媒介要因の影響は完全に排除されないと指摘し、新たな手順を提案している。したがって、引き出し問題<sup>(11)</sup>が生じている可能性もあり、研究で示されなかった代替的な要因(説明)を検証し、理論を精緻化していく必要がある。

2つ目は、生理学の研究との整合性である。セルフ・コントロールの研究では、制御資源はセルフ・コントロール課題の結果から推測される、構成概念として扱われてきた。それゆえに、客観性が欠けていると言うこともできる。しかし近年、実験技術の発達により、脳画像や血液検査 (e.g. Hedgcock et al. 2012, McClure et al. 2004, Gailliot and Baumeister 2007, Gailliot et al. 2007) を用いた研究が行われるようになってきている。現段階では、こうした技術を用いた研究は初期的な段階であり、本稿でレビュー整理した概念の影響との整合性や関連性については、検討にまでは至っていない。今後は生理学の知見と心理学の知見がどのように整合し、また、矛盾するのかを明らかにしていく必要があるだろう。

最後に、文化差を考慮することの必要性である。既存研究の多くが欧米で行われており、欧米の価値観で仮説の前提条件が置かれている。例えば、Vohs et al. (2005) は、親しい人には謙虚さ、親しくない人や初対面の人には、自信を呈示しようとする論じている。しかし、この主張は文化差によって考えられる。特に日本では、謙虚さを呈示することが良いとされることが多く、また、立場や役割によって立ち振る舞いを変えることが求められるため、

<sup>(11)</sup> 統計的に有意ではない研究結果が、引き出しの中にしまわれて、公表されないこと (cf. Rosenthal 1979)。



必ずしも欧米で行われた研究が日本に当てはまる訳ではないだろう。こうした文化差を考慮した研究が今後求められる。

## 【参考文献】

- Argo, Jennifer J. and Katherine White (2012), "When Do Consumers Eat More? The Role of Appearance Self-Esteem and Food Packaging Cues," *Journal of Marketing*, 76 (March), 67-80.
- Baron, Reuben M. and David A. Kenny (1986), "Moderator Mediator Variables Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations," *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (December), 1173-82.
- Baumeister, Roy F. (1998), "Ego Depletion: Is the Active Self a Limited Resource?," *Journal of personality and social psychology*, 74 (May), 1252-65.
- Baumeister, Roy F. (2002), "Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior," *Journal of Consumer Research*, 28 (March), 670-76.
- Baumeister, Roy F. and Kathleen D. Vohs (2007), "Self-Regulation, Ego Depletion, and Motivation," *Social and Personality Psychology Compass*, 1 (November), 118-28.
- Baumeister, Roy F., C. Nathan DeWall, Natalie J. Ciarocco, and Jean M. Twenge (2005), "Social Exclusion Impairs Self-Regulation," *Journal of Personality and Social Psychology*, 88 (April), 589-604.
- DeWall, C. Nathan, Roy F. Baumeister and Kathleen D. Vohs (2008), "Satiated with Belongingness? Effects of Acceptance, Rejection, and Task Framing on Self-Regulatory Performance," *Journal of Personality and Social Psychology*, 95 (December), 1367-82.
- Dholakia, Utpal M., Mahesh Gopinath, and Richard P. Bagozzi (2005), "The role of desires in sequential impulsive choices," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 98 (November), 179-94.
- Di Muro, Fabrizio and Theodore J. Noseworthy (2013), "Money Isn't Everything, but It Helps If It Doesn't Look Used: How the Physical Appearance of Money Influences Spending," *Journal of Consumer Research*, 39 (April), 1330-42.
- do Vale, Rita Coelho, Rik Pieters, and Marcel Zeelenberg (2008), "Flying under the Radar: Perverse Package Size Effects on Consumption Self-Regulation," *Journal of Consumer Research*, 35 (October), 380-90.
- Fedorikhin, Alexander and Vanessa M. Patrick (2010), "Positive Mood and Resistance to Temptation: The Interfering Influence of Elevated Arousal," *Journal of Consumer Research*, 37 (December), 698-711.
- Fennis, Bob M., Janssen Loes, and Kathleen D. Vohs (2009), "Acts of Benevolence: A Limited-Resource Account of Compliance with Charitable Requests," *Journal of Consumer Research*, 35 (April), 906-24.
- Fishbach, Ayelet and Aparna A. Labroo (2007), "Be Better or Be Merry: How Mood Affects Self-Control," *Journal of Personality and Social Psychology*, 93 (August), 158-73.
- Fishbach Ayelet and Yaacov Trope (2005), "The Substitutability of External Control and Self-Control," *Journal of Experimental Social Psychology*, 41 (May), 256-70.
- Freeman, Nicholas and Mark Muraven (2010), "Don't Interrupt Me! Task Interruption Depletes the Self's Limited Resources," *Motivation and Emotion*, 34 (September), 230-41.
- Gailliot, Matthew T. and Roy F. Baumeister (2007), "The Physiology of Willpower: Linking Blood Glucose to Self-Control," *Personality and Social Psychology Review*, 11 (November), 303-27.
- Gailliot, Matthew T., Roy F. Baumeister, C. Nathan DeWall, Jon K. Maner, E. Ashby Plant, Dianne M. Tice, and Lauren E. Brewer (2007), "Self-Control Relies on Glucose as a Limited Energy Source: Willpower Is More

- Than a Metaphor,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 92 (February), 325-36.
- Hagger, Martin S., Chantelle Wood, and Chris Stiff (2010), “Ego Depletion and the Strength Model of Self-Control: A Meta-Analysis,” *Psychological Bulletin*, 136 (July), 495-525.
- Hedgcock, William. M., Kathleen D. Vohs, and Akshay Rao (2012), “Reducing Self-Control Depletion Effects Through Enhanced Sensitivity to Implementation: Evidence from fMRI and Behavioral Studies,” *Journal of Consumer Psychology*, 22 (October), 486-95.
- Higgins, E. Tory (1997), “Beyond Pleasure and Pain,” *American Psychologist*, 52 (December), 1280-300.
- Hoch, Stephen J. and George F. Loewenstein (1991), “Time-Inconsistent Preferences and Consumer Self-Control,” *Journal of Consumer Research*, 17 (March), 492-507.
- Job, Veronika, Carol S. Dweck, and Gregory M. Walton (2010), “Ego Depletion-Is It All in Your Head? Implicit Theories about Willpower Affect Self-Regulation,” *Psychological Science*, 21 (November), 1686-93.
- Khan, Uzma and Ravi Dhar (2006), “Licensing Effect in Consumer Choice,” *Journal of Marketing Research*, 43 (May), 259-66.
- McClure, Samuel M., David I. Laibson, George Loewenstein, Jonathan D. Cohen (2004), “Separate Neural Systems Value Immediate and Delayed Monetary Rewards,” *Science*, 306 (October), 503-7.
- Moller, Arlen C., Edward L. Deci, and Richard M. Ryan (2006), “Choice and Ego-Depletion: The Moderating Role of Autonomy,” *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32 (August), 1024-36.
- Mukhopadhyaya, Anirban and Gita Venkataramani Joharb (2009), “Indulgence as Self-Reward for Prior Shopping Restraint: A Justification-Based Mechanism,” *Journal of Consumer Psychology*, 19 (July), 334-45.
- Muraven, Mark and Roy F. Baumeister (2000), “Self-Regulation and Depletion of Limited Resources: Does Self-Control Resemble a Muscle?,” *Psychological Bulletin*, 126 (Mar), 247-59.
- Patrick, Vanessa M. and Henrik Hagtvedt (2012), “I Don’t versus “I Can’t”: When Empowered Refusal Motivates Goal-Directed Behavior,” *Journal of Consumer Research*, 39 (August), 371-81.
- Raghubir, Priya and Joydeep Srivastava (2009), “The Denomination Effect,” *Journal of Consumer Research*, 36 (December), 701-13.
- Redden, Joseph P. and Kelly L. Haws (2013), “Healthy Satiation: The Role of Decreasing Desire in Effective Self-Control,” *Journal of Consumer Research*, 39 (February), 1100-14.
- Rosenthal, Robert (1979), “The “File Drawer Problem” and Tolerance for Null Results,” *Psychological Bulletin*, 86 (May), 638-41.
- Rucker, Derek D., Kristopher J. Preacher, Zakary L. Tormala and Richard E. Petty (2011), “Mediation Analysis in Social Psychology: Current Practices and New Recommendations,” *Social and Personality Psychology Compass*, 5 (June), 359-71.
- Schmeichel, Brandon J. and Kathleen D. Vohs (2009), “Self-Affirmation and Self-Control: Affirming Core Values Counteracts Ego Depletion,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 96 (April), 770-82.
- Schmeichel, Brandon J., Kathleen D. Vohs, and Roy F. Baumeister (2003), “Intellectual Performance and Ego Depletion: Role of the Self in Logical Reasoning and Other Information Processing,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 85 (July), 33-46.
- Stanovich, Keith E. (1999), *Who Is Rational? Studies of individual Differences in Reasoning*, Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Stanovich, Keith E. (2011), *Rationality and the Reflective Mind*, New York, NY: Oxford University Press.
- Tice, Dianne M., Roy F. Baumeister, Dikla Shmueli, and Mark Muraven (2007), “Restoring the Self: Positive Affect Helps Improve Self-Regulation Following Ego Depletion,” *Journal of Experimental Social Psychology*,

- 43 (May), 379-84.
- Thomas, Manoj, Kalpesh Kaushik Desai, and Satheeshkumar Seenivasan (2011), "How Credit Card Payments Increase Unhealthy Food Purchases: Visceral Regulation of Vices," *Journal of Consumer Research*, 38 (June), 126-39.
- Usta, Murat and Gerald Häubl (2011), "Self-Regulatory Strength and Consumers' Relinquishment of Decision Control: When Less Effortful Decisions are More Resource Depleting," *Journal of Marketing Research*, 48 (April), 403-12.
- Vohs, Kathleen D. and Brandon J. Schmeichel (2003), "Self-Regulation and the Extended Now: Controlling the Self Alters the Subjective Experience of Time," *Journal of Personality and Social Psychology*, 85 (August), 217-30.
- Vohs, Kathleen D., Roy F. Baumeister, and Natalie J. Ciarocco (2005), "Self-Regulation and Self-Presentation: Regulatory Resource Depletion Impairs Impression Management and Effortful Self-Presentation Depletes Regulatory Resources," *Journal of Personality and Social Psychology*, 88 (April), 632-57.
- Vohs, Kathleen D., Roy F. Baumeister, Brandon J. Schmeichel, Jean M. Twenge, Noelle M. Nelson, Dianne M. Tice (2008), "Making Choices Impairs Subsequent Self-Control: A Limited-Resource Account of Decision Making, Self-Regulation, and Active Initiative," *Journal of Personality and Social Psychology*, 94 (May), 883-98.
- Wang, Jing, Nathan Novemsky, Ravi Dhar, and Roy F. Baumeister (2010), "Trade-Offs and Depletion in Choice," *Journal of Marketing Research*, 47 (October), 910-19.
- Wilcox, Keith and Andrew T. Stephen (2013), "Are Close Friends the Enemy? Online Social Networks, Self-Esteem, and Self-Control," *Journal of Consumer research*, 40 (June), 90-130
- Wilcox, Keith, Thomas Kramer, and Sankar Sen (2011), "Indulgence or Self-Control: A Dual Process Model of the Effect of Incidental Pride on Indulgent Choice," *Journal of Consumer Research*, 38 (June), 151-63.
- Zhao, Xinshu, John G. Lynch Jr., and Qimei Chen (2010), "Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis," *Journal of Consumer Research*, 37 (August), 197-206.
- 千葉元気・都築誉史 (2012) 「多属性多肢選択意思決定における文脈効果と二重過程理論に関する研究動向：セルフコントロールと認知資源との相互関係」『立教大学心理学研究』, 54, 59-66.
- 晝間文彦 (2011) 「衝動買い、時間割引率、神経経済学」『流通情報』, 43 (3), 6-14.

